

第3部「詳報・建設トップランナーフォーラム」

トップランナー

2007

「これから求められるのは、半数にも満たない。国内で開観光面からの『地域づくり』。そこに新たなビジネスが生まれる」

大交流時代の到来を背景に、国際ツーリズム市場は2020年に現在の2倍の16億人になるとの見通しがある。

特に、中国やインドを中心としたアジア太平洋地域のツーリズムは急拡大。日本人の海外旅行者（アウトバウンド）も順調に増加し、年間2000万人時代が目前だ。

しかし、訪日外客（インバウンド）はなかなか伸びない。日本人の海外旅行者数が年間1700万人に対し、日本を訪れる外国人は730万人と

半数にも満たない。国内で開かれる大型国際会議の件数も世界17位と低迷している。日本が海外から遅れをとる理由はどこにあるのか。

03年の「観光立国宣言」を契機に、国は「住んでよし、訪れてよしの国づくり」の実現に踏み切った。今年6月に策定された基本計画の中には「10年の訪日外客1000万人」「国際会議開催件数の5割アップ」などの数値目標や

国際空港の整備、無電柱化による良好な景観形成などを盛り込んだ。バブルが崩壊し、デフレに

清水慎一氏

ジェイティービー常務取締役

8 特別講演

移行した1990年代半ばは「しない」。だから、大型旅館（野）など、このスタイルを先行行政、ホテル、旅行会社、建降、旅行者の動向は急変した。やテーマパークが相次いで経取りしている観光地は、国内設業、観光協会、商工会、N宿泊形態は、観光産業の高度 営難に陥る。旅行者は、「地観光が低迷している中でも元 POなどで構成する新たな推成長を支えた団体から個人化 域の人たちの生活や伝統、文気がある。「旅人は生活者」進組織（地域コンソーシアム）へとシフト。旅行スタイルも 化を少しでも共有したい」と（故木村尚三郎）といわれるが機動し、既存の枠組みを超従来の「周遊型」から「滞在 願っている。清水氏は「このように、清水氏は「これからえた『地域発コンテンツ』を型」へと変化し、お土産や食に求められるのは『滞在』やの観光は、まさに『地域ぐるつくり上げてほしい』（清水事も、現地でしか味わえない 『生活体験』をキーワードにみ』の観点が必要」と主張す氏）。その時、建設業の存在ものを好むようになった。 『新しいたび』と言う。 外部マネジメントや行政は大きく、その担い手として



地域の魅力を求められると語るジェイティービーの清水慎一氏

「既存のスタイルでは通用 由布院（大分）や小布施（長に依存せず、地域のあらゆる産業が支え合う。そこには、い。後はこのコンテンツをどう今までとまったく違う新たなう組み立て、プロデュースするビジネスチャンスが出てくるかだろう。 ようだ。

必要なのは「滞在させる 魅力」づくり

これからは、地元の資源を生かした地域の魅力アップが求められる。心地良い空間や農家レストランなど、新しい地産地消、多様な宿泊施設など、「滞在させる魅力」や、ある。地域の中で知恵を絞るどの「滞在させる魅力」や、ある。地域の中で知恵を絞るストーリー性の高い「飽きさせないプログラム」を提供す（鹿児島建設新聞 田原謙二）

事業本部営業部長、取締役仙台支社長を経て04年から現職。「観光による交流人口の増加が地域活性化につながる」と、地域活性化の伝道師として広く活躍する。

新しい「地域発コンテンツ」を

担い手は 建設業